

# 东方财富信息股份有限公司

## 投资者交流会会议纪要

时间：2018年6月8日 15:30-17:30

地点：上海金茂君悦大酒店

出席：东方财富董事长其实；董事、副总经理 财务总监、董秘陆威；天风证券、中金公司等投资者

### 一、上市公司情况介绍陆威先生

#### 1、公司基本情况

##### (1) 发展历程：

公司于2005年成立，2007年进行股改，2010年3月挂牌上市。公司主要经历了几个阶段：

第一阶段（2005年-2007年）：推出互联网平台，成为市场第一并维持至今

第二阶段（2010年-2015年）：上市阶段，进入资本市场的新阶段

第三阶段（2015年至今）：产生规模化利润，在内生增长的同时，开始对外投资和收购

##### (2) 公司定位：一站式互联网金融服务大平台

1) 满足用户全方位需求：财经资讯、投资决策、投资交易

2) 多元化展示，多平台接入，大平台全覆盖

3) 7x24小时全覆盖

##### (3) 现有业务布局：免费服务+收费服务

1) 免费服务：互联网财经资讯平台，为超过1亿用户提供免费的资讯、数据、行情、互动等服务

2) 收费服务：证券服务、金融电子商务服务、金融数据服务、广告服务等

#### 2、核心竞争优势

(1) 用户场景：场景即时间，用户时间体现公司价值

(2) 流量：绝对领先的日均覆盖用户数、月度浏览时间

(3) 核心竞争优势体现：

1) 基金销售业务：东方财富电商平台累计销售额接近 20,000 亿

2) 证券业务：东方财富证券的经纪业务和融资融券业务市场份额稳定、快速增长

3) 经营业绩：2017 年公司的证券业务收入占比超过 55%，基金销售收入占比约为 1/3，金融数据服务和广告服务合计收入占比约为 1/10

4) 财务状况：截至 2018 年 1 季度，公司总资产达到 451 亿，净资产接近 150 亿，股本 43 亿

### 3、未来发展战略

积极构建一站式互联网金融服务生态圈（资讯、决策、交易、理财、社交）

## 二、专题演讲其实先生

### 1、公司愿景：做领先的创新金融科技公司

我们的愿景是通过领先的、创新的金融科技力量来支持一站式互联网金融服务大平台。

### 2、公司使命：连接人与财富，为用户创造更多价值

东方财富成立至今，我们的使命是为用户创造更多价值。作为互联网公司，我们要随时应对市场变化，随时投入以抓住新机会，因此不能过于重视利润，创业公司便是如此，到今天我们还将自己定位为科技创业公司。

### 3、公司发展：立足优势 夯实基础

我们也仔细研究了嘉信理财发展历史，嘉信理财经历了几个重要转变：1) 1980 年-1990 年，以基金销售业务为主；2) 1990 年-2000 年，成为互联网折扣券商；3) 2000 年以后，资管和用户分层，资管业务开始发展起来。截至 2017 年末，嘉信理财的客户数达到 1,000 万左右，管理资产规模超过 3 万亿美元。目前我们处于中国互联网券商获得基础用户阶段，属于蓄势阶段，我们的获客速度比较快，如果在牛市会更快。

整体上看，东方财富不只是一家互联网折扣券商，我们的优势是能够以较低的成本触达用户，并且将服务用户放在第一位。

### 三、互动交流环节

#### Q1: 如何看待最近证券行业的政策变化，比如对券商接入第三方平台的规定？

其总：部分证券公司接入第三方主要目的是为了获取客户，但证券公司线上服务内容同质化比较严重。最近对券商接入第三方平台的讨论，我认为是非常有利于行业的健康发展。证券公司只有在自己平台形成完整的闭环后，才能真正完整服务客户，为客户提供交易、两融等服务。

#### Q2: 如何看待最近基金销售行业的政策变化，比如 T+0、赎回、限额等政策？对天天基金有何影响？

其总：我认为这些政策很有利于行业的良性发展。对于天天基金而言，这些政策也有利于其更好地、更健康地发展。首先，公司本身和各家银行都保持比较好的合作关系；其次，我们本身没有那么大的体量在货币基金，我们的未来重心会在权益基金，所以我认为对我们影响不是很大，甚至一定层面来说，对我们是正面的。

#### Q3: 如何看待证券经纪行业价格战的未来空间？

其总：我认为未来价格战的空间已经不大。我们的优势在于获客成本较低，且单个客户未来能贡献更大的价值。我觉得价格战对金融行业没有好处。到今天为止，无论是证券也好，基金也好，我们一直呼吁维持基本生存价格，佣金率最低的不是东方财富证券，我们一直希望用优质的服务、用我们的渠道、我们的平台把用户服务好，这是非常核心的。

对于东方财富来说，我们有一定的优势，我们的成本相对固定；同时单客户能够创造的价值在未来会更大，未来公司会有新的增长点。

#### Q4: 公司为什么开那么多线下营业部？

其总：公司在线上导流用户的同时，也不断完善在各级城市的营业网点布局，形成覆盖全国的服务网络，承接线下用户，满足用户线下服务的需求，比如临柜业务办理、鉴证服务等。未来，我们还会提供其他更多服务，也需要我们线下网点的支持。

#### Q5: 未来，东方财富证券经纪业务市场份额和两融的市占率会提高多少？

其总：从我们的目标来看，肯定不会满足于目前的市场份额。我们看过市场份额变化，有一个月我们的市场份额下降了一位，下降的原因是那个月市场突然大的波动，因为我们存量没有其他券商多。但是，基于我们提供的产品及服务带给用户的良好体验，我相信我们的市场份额在未来会逐步提升。

#### **Q6：如何理解公司的估值？**

其总：我们发现服务 C 端用户公司估值一般都高于服务 B 端用户公司，比如嘉信一直在 35 倍左右 PE，高盛一直 10 多倍 PE，他们一直有两倍到三倍的价差，因为 C 端用户，基本上是稳定的，对于整个公司来说贡献更加稳定一点。

互联网最大的价值就是时间和场景价值，只要有用户和用户时间的停留，公司就会有较高估值。

东方财富首先是一家技术公司，因为公司的技术员工数量及比例在券商或者金融企业中相对较高。因此，东方财富不仅仅是一家券商，也不仅仅是一家基金销售公司，东方财富是一家有技术力量、拥有产品用户及牌照的公司，并占据了大量中国中高端用户时间的互联网公司。我们拥有用户和用户的时间，就可以挖掘用户的多方面需求，开展多元化业务。

#### **Q7：现在很多券商也在做自己的 APP，东方财富这方面有什么优势？**

其总：表面上看，现在很多券商 APP 跟我们一样，但是我们更有一些优势：第一，我们升级速度会比他们快，第二用户体验也不相同，数据不会像我们 app 那么完整全面。实际上任何一个产品或者任何一个互联网公司，要做产品或提供服务都需要时间打磨，需要积累沉淀，在符合监管前提下，我们会进一步思考我们证券业务应该怎么做，如何服务用户以及确定我们的战略方向等。

#### **Q8：公司未来的战略方向是什么？**

其总：对于东方财富而言，除了提升合作伙伴的盈利能力之外，更重要的是给我们的用户带来赚钱的能力，给用户提供一个更好的学习、沟通平台，为用户创造价值，让用户拥有更强的投资能力才是我们真正的价值，也就是给我们合作伙伴和用户真正的赋能。